试论媒体融合报道的核心特征

摘　要：互联网的发展使传统媒体与新媒体融合，利用各种数字移动终端作为新闻内容的载体以不同的新闻形式进行有效传播。本文对基于媒体融合新闻传播业的运行方式而构建的核心体系进行分析。

关键词：媒体融合；创新；多元化

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）12-082-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.028

文 / 胡秀贤

互联网、移动互联、物联网等新技术使人与人、人与事发生关系越来越便捷、快速，给新闻传播提供了更好的多元化的途径；智能移动终端的发展为新闻传播提供了随身携带的更直观的载体从而也催生了许多新媒体和各种 APP、客户端。移动端越来越成为人们获取新闻信息的第一入口。这潜移默化地促进了经济结构和社会结构变革，更为重要的是引导着人们思维方式和生活习惯的变化。

就新闻传媒行业而言，媒介发生了巨大的甚至是颠覆性的变化，新闻内容在不同的媒介中传播体现不同的价值，跨平台跨终端传播的障碍逐步打破。借助新技术，传统媒体不仅可以实现对信息采集、生产、加工、存储和发布等多个程序的融合，也可以实现报纸、电视、广播、手机、PC 平台等多个终端的融合。各类新闻媒体将融合在一起，越来越呈现出新的特征。

事实上，在今天这样的信息社会，新闻不只是消息，它的含义更广，它的形式不仅限于文本，应有图片、动画、视频等多种形式。新闻的功能也发生了很大的变化，不只是告知真相，把握舆论导向，而且要客观有序地引导大众评论，有时还需多角度深度分析，答疑解惑。信息社会里每个人都是新闻的关注者和传播者，甚至也是制造者。做为媒体，在进行深度解读的同时，也要注意在互动中与大众分享新闻，做到正确、客观地报道、引导舆论。概括而言，融合报道应该包含以下特征：

1. 可读

新媒体时代信息泛滥，如何在信息的汪洋大海中吸引人的注意力是最为关键的事情。这对内容和形式的创新提出了很高的要求。从内容上看，新闻舆论议题有的是自然发生的，有的是人为设置的，要善于设置议题，让我们设置的议题成为引导舆论的话题，而不是被社会舆论牵着鼻子走。要善于挖掘事实、创造新概念、传达新思想。有了好的内容还要采用人们最喜欢接受的传播方式进行传播，呈现内容的手段、方式和传播内容的载体、平台、途径都要创新。

随着传播技术的发展，现在迎来一个传播业高速发展的崭新时代，新的传播技术和传播形态不断涌现。新闻传播日益呈现人人传播、多向传播、海量传播的特征，传统的“我说什么你听什么”的单向传播已完全不能适应人们的需求。与此同时，受众的需求越来越多样，参与意识越来越强，思想观念越来越多元。

2. 可听

融媒体时代，千变万化的创新才能不断增强媒体的生命力。而想要维系用户黏性与忠诚度，必须时刻抓住吸引用户的新亮点，及时补上现有传播途径的短板，掌握融媒时代创新的命门。时下，越来越多的媒体盯上了“好声音”这块市场蛋糕，似乎预示着音频内容有望成为下一个融媒产品输出的重点。

“眼睛累了，耳朵来帮忙。”以“好声音”为传播介质的音频内容，已经成为各家融媒平台追逐的市场潮流。从海外媒体实践来看，美国《时代》周刊的 APP 早已嵌入了人工主播音频播送新闻的功能，滚动播报热点新闻。国内媒体也在纷纷抢占这块市场蛋糕——人民日报、新华社微信公众号推送的夜读、新华每日电讯微信公众号推送的深读、半月谈推出的品读、新华网推送的静夜思等，都是通过专业主播的好声音增加用户黏性的“音作品”。

3. 可视

据思科公司预计，2016 年至 2021 年，全球移动视频将增长 8.7 倍，占移动数据总流量的 78%。面对移动视频的风口，各种视频网站和视频内容蜂拥而起，供给剧增。在这种形势下，新闻微视频要能引人关注，选题是敲门砖。题材不具有话题性关注度，就很难吸引人观看。

著名的“麦肯锡 30 秒电梯理论”认为，好的东西一定要在 30 秒内吸引到他人，赢得他人有限的注意力。对于只有 5 分钟左右的短视频而言更是如此，如何在片头、开头的短短几十秒吸引人们的注意力，让人们产生情感共鸣是决定点击量的关键。

图片“可视化”是目前微视频制作的新手段，我们在此基础上，进一步探索影像“立体化”的方法：一方面在前期拍摄中，大量使用无人机航拍，展现了“一带一路”上辽阔深远的全球图景以及相关大型投资项目；另一方面在后期特

效中，大量采用了照片可视化、手绘动画、三维动画等技术，将一切平面影像尽可能“立体化”“动态化”。

4. 可体验

似乎是一夜之间，原先只可远观的 VR（虚拟现实）在各大媒体的技术迭代中强势到来。以“无人机航拍技术拍摄+VR 虚拟现实技术呈现 + 可穿戴设备体验”的媒体融合新技术，新华社生产、制作出的 VR 作品线上线下同步展出，成功领跑 VR 装备下的“新闻大战”。如新华网四川频道独家推出“川闻不如亲见”幸福美丽新村 · 百镇建设行动 VR 沉浸体验展，参展者戴上 VR 设备即可体验城镇和新村的“上帝视角”，近距离感受四川新农村和新城镇的风貌。同时，参展者还可通过手机扫描现场二维码进入线上展厅观展。VR 展因为沉浸感体验好、效果震撼，成为人大代表间的热门话题。

体验展之外，VR 技术还被广泛应用于各类大型报道，成从 3 月 1 日开始，新华网两会专题即在名为“VR 视角”的栏目下推出 4 篇前瞻式预热报道，用户可以通过移动鼠标在电脑上或者在手机上 360 度全景观看报道现场，并可通过放大缩小查看场景中的细节。

5. 可互动

在做媒体融合报道中，要注意与读者互动。观察新闻客户端的互动设计，有对新闻的评论、投票、分享、问答等的直接互动，还有从用户出发，保证用户选择权的间接互动。直接互动方式有评论、点赞、投票、分享、问答、报料、纠错等，它们提高了用户对产品的使用程度，加深其阅读体验。互动有很多方式。比如，要管理好网民留言，这是最基本、最简单的互动方式。读者的评论，应该视作内容生产的一部分。同直接互动满足用户“相互沟通”这一显性需求相比，间接互动更多致力于满足用户的隐性需求。在信息泛滥、内容同质化的浪潮下，高度细分和垂直化的“私人订制”模式反而成为新闻生产的主流。比如在照顾用户的自主选择上，人民日报客户端除了让用户可以看、写、听、触摸外，还设计了朗读全文、播报新闻、语音评论的功能，照顾多样需求。如腾讯客户端的评论方式有图片、文字、拍照、标注地理位置等多种选择，让不同年龄阶层、不同使用习惯的用户可按其喜好选择。

比如，可以开展一些线下活动。如“侠客岛”开展“线下沙龙”，给网民面对面答疑解惑；“团结湖参考”建立读者微信群矩阵，吸引一群“铁粉”，并举办“线下见面会”，与读者一起探讨时局、交流看法。

互动的重要性毋庸置疑，新闻传播如何实现高效和快捷，互动中双方如何拉近距离，互动是否都应该走向平台化……这些都是各客户端基于自身定位来好好考量的，有效互动才能与用户实现信息、思想、情感的深层交互，产品才能持续发展。

总之，在新闻报道中应“以用户为导向”，用大数据获取用户行为，分析用户需求，加强用户体验，来赢得用户的支持；要提高产品意识，面对新媒体抢夺内容市场的局面，传统媒体应把主要精力放在高品质节目内容创作生产上，制造具有多元传播价值的产品，形成产业延伸能力。媒

参考文献

（作者单位：湖北省钟祥市第一中学）

（上接第 69 页）

生产完成后，合成转码为所需的播出格式，审片完成后，通过调用集团主干平台接口，按需将其送至频道播出系统或制作系统。

4.3 云桌面审片工作站

对合成后的成片进行审查，同时可审待播出的串连单、唱词、字幕等文字以及高低码率的审查。审查通过的节目可根据策略自动送入演播室进行播出，未通过节目可在编辑工作站中再次打开，根据审查意见进行修改。

4.4 广告素材库管理功能

广告素材库以多租户方式，面向集团各频道广告部用户提供独立的广告素材管理，广告素材库可以按需进行动态弹性扩展，保证生产需要。各频道广告部系统之间进行逻辑隔离和权限的设置，不能跨系统进行访问，保证各个广告部的节目素材的安全。

4.5 资源管理功能

广告素材资源管理模块是一套具有功能伸缩能力的完整媒体制作管理工具，通过提供的各种服务，用户能够对广告资源进行安全高效的访问。资源管理器主界面要求由树型结构区和内容显示区构成，树型结构区列出了素材库的整体架构，可以直观、方便地在不同文件夹之间进行切换，而内容显示区则与树型结构相关联，实时显示选定的树状分支文件夹中的内容，还可以让素材分类显示，还可利用查找功能方便地浏览相关的资源。

结语

2017 年 4 月，云平台项目一期已基本完成，依托云平台的建设，为集团构建了一套现代化的广告串编送播系统，实现了集团 7 个电视频道广告部的广告网络化、文件化串编和送播和基础资源的统一管理和分配，完成了各频道广告串编送播业务与集团主干平台的互联互通，做到了真正意义上的广告网络化、文件化送播。媒

（作者单位：浙江广播电视集团）